



Communiqué de presse

Tassin-la-Demi-Lune, le 28 septembre 2018

Résultats au 30 juin 2018

Un semestre marqué par la transition de l'activité

Comptes consolidés, audités, en M€	30 juin 2018	30 juin 2017
Chiffre d'affaires consolidé	7,19	11,23
EBITDA	-0,53	1,21
Résultat d'exploitation	-0,81	0,63
Résultat exceptionnel	-0,68	4,12
Résultat net part du groupe	-1,52	4,49

Adthink (ALADM) a clôturé un premier semestre 2018 marqué par la finalisation de son plan de cession des activités d'édition et le recentrage sur une offre unique de publicité digitale à la performance. Cette étape stratégique, qui a modifié le périmètre d'activité de la société comparativement à celui du 1^{er} semestre 2017, implique quelques réorganisations, l'ensemble venant impacter les résultats.

Comme annoncé le 27 juillet dernier, Adthink a réalisé un chiffre d'affaires à 7,19 M€ au 30 juin 2018, qui intègre à la fois une croissance organique significative dans la publicité digitale et, un effet périmètre défavorable à la suite des cessions d'Orchidia Marketing (effective au 30 juin 2017) et d'IT News Info (effective au 31 mars 2018).

Les charges d'exploitation s'établissent à 8,0 M€ au 30 juin 2018 comparativement à 10,7 M€ au 1^{er} semestre de l'exercice précédent, comprenant une réduction de 28 % des charges de personnel. Le nombre de collaborateurs est passé de 82 au 30 juin 2017 à 51 collaborateurs à fin juin 2018, la transition opérationnelle de la société demandant encore ces derniers mois une adaptation des structures.

L'EBITDA ressort à -0,53 M€ et le résultat d'exploitation, après dotations aux amortissements et provisions à hauteur de 0,29 M€, s'établit à -0,81 M€ au 30 juin 2018. La société enregistre un résultat exceptionnel de -0,68 M€ principalement lié à des dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions dans le cadre des cessions.

Le résultat net d'Adthink au 30 juin 2018 s'établit à -1,52 M€ comparativement à 4,49 M€ sur le premier semestre 2017, alors que le groupe enregistrait pour rappel un produit exceptionnel de 4,50 M€ au 30 juin 2017 lié à la cession d'Orchidia Marketing.

Au bilan, Adthink affiche des capitaux propres de 5,95 M€, l'endettement financier brut baisse à 2,50 M€ (31-12-17 : 3,20 M€) et la trésorerie s'établit à 2,34 M€. L'endettement financier net ressort ainsi à 0,16 M€, soit un taux d'endettement limité à 2,7 % des fonds propres.

Poursuite du développement sur le marché en croissance de la publicité digitale

Adthink se développe aujourd'hui sur l'activité de publicité digitale à la performance avec 5 offres qui se renouvellent et à fort potentiel sur leur marché : le Display Network, le Trading Desk, l'Affiliate Network, la Data Activation, le Customer Acquisition.

En croissance organique de 7 % au premier semestre 2018, ces activités sont portées par une équipe expérimentée et une structure rationalisée avec des effectifs qui ont notamment baissé à nouveau durant l'été (42 collaborateurs à fin août 2018). Les initiatives commerciales annoncées au premier semestre sont opérationnelles et rencontrent un vif intérêt de la part des annonceurs.

Arnaud Lacroix, Directeur général d'Adthink, indique : « 2018 est une année charnière, durant laquelle la société absorbe des changements structurels et prend un nouveau profil, plus commercial, plus agile, plus expert. Cette transition, indispensable, a pesé sur notre rentabilité opérationnelle sur ce premier semestre, d'autant plus qu'elle s'associe à une baisse marquée des dépenses publicitaires réalisées par nos clients historiques issus de nos anciennes activités d'édition. Nous bénéficions d'une organisation et d'une offre tournée vers les besoins de nos clients et adaptée pour capter la croissance du marché de la publicité. La commercialisation groupée de nos offres par une Sales House mutualisée nous procure des indicateurs encourageants, dont un panier moyen en augmentation. »

A propos de Adthink

Smart Performance Advertising

Adthink accompagne les annonceurs dans leur acquisition de prospects et de clients en ligne via une gamme complète de solutions de publicité à la performance : Affiliate Network, Display Network, Trading Desk, Customer Acquisition, Data Activation.

Expert en monétisation d'audiences, Adthink propose aux éditeurs des solutions pour accroître leurs revenus publicitaires.

Créé en 2001, Adthink est présent à Lyon (siège social), Paris, Genève, Lisbonne et Palo Alto. Son chiffre d'affaires 2017 s'élève à 22,1 millions d'euros.

Adthink est coté sur le marché Euronext Growth d'Euronext Paris (ALADM - FR0010457531) et fait partie du Top 100 Digital (étude PwC - Tech IN France, juillet 2018).

Plus d'informations sur : www.adthink.com

Contact

Presse&Com Ecofi : Ségolène de Saint Martin - Tél. : +33 6 16 40 90 73 - sdestmartin@p-c-e.fr